

VIDEO DOKUMENTER OLAHRAGA EKSTRIM “SKATEBOARD” SURABAYASK8

Iwan Sandy¹
Aris Sutejo²

¹Mahasiswa, ²Dosen Progdil Desain Komunikasi Visual
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294
Telp/Fax. (031) 8782087

ABSTRAK

Komunitas SurabayaSK8 mengembangkan komunitasnya dengan cara sering latihan bersama di malam hari, membuat akun internet, berlomba membuat video dokumenter untuk di *share* ke komunitas dan mengikuti perlombaan *skateboard* di kota mana saja. Dalam video dokumenter yang ada di komunitas SurabayaSK8 banyak sekali ditemukan gambar yang tidak nyaman dilihat oleh mata, maka dengan adanya perancangan video dokumenter ini akan merancang pembuatan video dokumenter yang nyaman dilihat mata dengan menggunakan teknik-teknik pengambilan kamera seperti: adanya *slowmotion* pada saat pemain *skate* memperkenalkan trik-trik permainan *skateboard*, *zoom in*, *zoom out*, dan lain-lain. Dengan adanya teknik pengambilan gambar ini bertujuan agar penonton merasa terkesan dan ingin menonton lagi videonya.

Kata kunci : video dokumenter, olahraga ekstrim, *skateboard*, SurabayaSK8

ABSTRACT

SurabayaSK8 community developed their community by having frequent practice together in the evening, creating internet account/website about the community, creating documentary video to be shared among other communities and following skateboard competition anywhere else in the country. However in their documentary video we can find quite a number of picture that do not meet the criteria of a standard aesthetic in video. This project aim to create a documentary video that meets the standard criteria of aesthetic in video-making, using the array of techniques in video-making such as slowmotion when a skater introduce their skate-boarding tricks, zoom in, zoom out, etc. This project will use such techniques to enhance the documentary video so that it may have greater appeal to the audience.

Keywords: *extreme sports, video documentary, skateboard, SurabayaSK8*

PENDAHULUAN

Tidak jarang telinga kita mendengarkan istilah olahraga. Olahraga merupakan aktivitas yang sangat penting untuk mempertahankan kebugaran seseorang. Olahraga juga merupakan salah satu metode penting untuk mereduksi stress. Olahraga merupakan perilaku aktif yang dapat meningkatkan metabolisme dan mempengaruhi fungsi kelenjar di dalam tubuh untuk memproduksi sistem kekebalan upaya mempertahankan tubuh dari gangguan penyakit. Sangat dianjurkan kepada setiap orang untuk melakukan kegiatan olahraga secara rutin dan terstruktur dengan baik. Salah satunya adalah olahraga.

Olah raga tidak hanya dilakukan pada lanjut usia saja. Siapapun bisa melakukan olah raga dimana pun dan kapan pun dia mau. Biasanya ketika orang yang sudah lanjut usia melakukan senam poco-poco yang dilakukan secara berkelompok. Anak di sekolah dasar melakukan olahraga berkelompok biasanya dengan senam SKJ, saat remaja banyak olahraga yang dapat dipilih, yaitu: basket, kasti, sepak bola, futsal bahkan olahraga ekstrim. Olahraga ekstrim adalah olahraga yang dianggap lebih berbahaya dibandingkan dengan olahraga pada umumnya. Olahraga ekstrim antara lain *Parkour*, *Skateboarding*, *Roller Skating*, *Free style Scootering*, *Power blocking*. Olahraga ekstrim yang marak saat ini di Surabaya adalah "*Skateboard*" hingga mendapatkan dukungan dari pemerintah kota Surabaya dengan dibangunnya tempat latihan *skateboard* di Taman Bungkul dan di Ketabangkali.

Banyak anak-anak muda bermain dan latihan *Skateboard* di dua tempat itu. Terutama komunitas *skateboard* SurabayaSK8. SurabayaSk8 ini merupakan komunitas pertama *skateboard* di Surabaya yang sudah ada sejak tahun 1997. Untuk mempererat tali persahabatan antar pemain skate baik di Surabaya dan kota-kota lainnya, SurabayaSK8 membuat *website* dan situs jejaring sosial *facebook* dengan tujuan, bisa berbagi informasi seputar *skateboard*, misalnya: teknik bermain *skateboard*, informasi tempat untuk latihan *skateboard*, informasi kebutuhan alat-alat *skateboard* dan lain-lain. Melalui *website*, *youtube* dan situs jejaring sosial *facebook*, komunitas SurabayaSK8 dapat menarik anggota-anggota dari luar untuk masuk ke dalam komunitas SurabayaSK8 hanya dengan adanya video dokumenter. Banyak teknik bermain *skateboard* yang mereka *upload*.

Komunitas *skateboard* SurabayaSK8 saat ini dapat membuat video dokumenter tanpa peralatan yang canggih karena sudah maraknya *handphone* canggih saat ini. Hanya berbekal *handphone* canggih Komunitas SurabayaSK8 sudah bisa membuat video dokumenter sendiri dimana saja dan kapan pun dia mau. Mereka berupaya mendokumentasikan kegiatan mereka saat bermain *skate* dengan tujuan untuk

meramaikan komunitasnya, dengan berlomba mengupload video dokumenter tersebut di *youtube* dan situs jejaring sosial media *facebook* ternyata dapat mempererat tali persahabatan antar komunitas dan dapat pula untuk mengasah skil mereka.

Adapun salah satu video dokumenter SurabayaSK8 ini adalah saat *event* di Taman Bungkul yang memakai peralatan yang canggih namun sayangnya dalam video tersebut tertangkap bayangan kamera yang merekam adegan demi adegan. Beberapa bagian video juga terdapat *noise* suara yang tertangkap kamera sehingga telinga terasa sakit jika melihat video dokumenter dari Surabaya SK8 di putar. Alur cerita yang terkesan hanya saat *event* dengan teknik pengambilan gambar yang monoton, serta lamanya *sequence* pada bagian tertentu.

Komunitas SurabayaSK8 tidak sedikit yang mengupload video dokumenter dalam situs jejaring sosial atau *website* hanya untuk saling memberi informasi tentang trik-trik bermain *skateboard*. Komunitas ini memberikan informasi tempat bermain yang biasa dilakukan pada saat acara *skate* berlangsung baik di Surabaya atau di luar kota. Namun, video yang disajikan kurang menarik karena terdapat gambar yang goyang saat perekaman, tidak adanya judul yang jelas dalam video dokumenter tersebut, adanya bayangan-bayangan yang tertangkap kamera, perbandingan antara *backsound* musik dengan *backsound* suasana di lokasi yang sama-sama kerasnya. Terlalu banyak menampilkan trik-trik yang dilakukan pemain *skateboard* dapat membuat alur cerita film dokumenter untuk olahraga ekstrim terkesan membosankan. Adanya video yang terlalu gelap di *sequence* tertentu dalam teknik pengambilan gambar karena minimnya cahaya saat pengambilan gambar. *Backsound* musik dengan suara pada saat pengambilan gambar sama-sama keras, dimana *backsound* musik seharusnya lebih keras dari pada saat pengambilan gambar.

Film Dokumenter

Memahami arti dokumenter, kita dihadapkan pada dua hal, yaitu sesuatu yang nyata, *factual* (ada atau terjadi) dan ensensial, bernilai atau memiliki makna. Suatu dokumen dapat berwujud konkret dengan tulisan-tulisan atau berkas-berkas tertulis (ijasah, diklat dan rontal catatan). Dapat pula berupa gambar, foto dari suatu kejadian, *microfilm*, film atau film video. Dalam dokumenter terkandung unsur *factual* dan nilai. Walaupun banyak catatan, foto atau materi lain yang berisi rekaman nyata, tidak semua itu memiliki nilai film dokumenter. Film dokumenter adalah program yang menyajikan suatu

kenyataan berdasarkan pada fakta *objektif* yang memiliki nilai *ensensial* dan *eksistensial*, artinya menyangkut kehidupan, lingkungan hidup dan situasi nyata.

Dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya *Lumiere* bersaudara yang berkisah tentang perjalanan (*travelogues*) yang dibuat sekitar tahun 1890-an. Tiga puluh enam tahun kemudian kata "Dokumenter" kembali digunakan oleh pembuat film *Moana* (1926) karya Robert Flaherty. Grierson berpendapat dokumenter merupakan cara kreatif merepresentasikan realitas (Hayward, 1996:72). Film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan. Namun harus diakui, film dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok.

Gaya dan Bentuk Dokumenter

Menurut Gerzon dalam bukunya yang berjudul "Dokumenter Dari Ide Sampai Produksi" (Ayawaila, 2008:37) mengatakan bahwa gaya dan bentuk dokumenter dapat diklasifikasikan sebagai berikut: laporan perjalanan, sejarah, potret atau biografi, nostalgia, rekonstruksi, investigasi, perbandingan, kontradiksi, ilmu pengetahuan, buku harian (*diary*), *association picture story*, dan dokudrama.

Proses Produksi

Suatu produksi melibatkan banyak peralatan, orang dan biaya besar, selain memerlukan suatu organisasi yang rapi juga perlu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Dalam buku "Teknik Produksi Program Televisi" disebutkan tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang lazim disebut standart *operation procedure* (SOP), yaitu Pra-Produksi, Produksi, Pasca-Produksi (Sastro, 2007:39).

Pada tahap pra-produksi mencakup pemenuan ide, perencanaan, dan persiapan. Lebih lanjut dalam pelaksanaan produksi, sutradara menentukan teknik-teknik kamera yang akan diambil di dalam adegan (*scene*). Dalam buku "Published By Elsevier" terdapat macam-macam teknik kamera (Jason, 2008:276) yakni: *establishing shot*, *master sho*, *full shot*, *1/4 or hollywood shot*, *medium shot*, *two shot*, *walking who shot*, *standing who shot*, *reversal*, *over-the-sholder shot (OTS)*, *close-up*, *deep focus*, *shallow focus*, *dutch angle*, *panning*, *titling*, *pedestal*, *tracking shot*, *high shot*, *mit out sound (MOS)*, dan *montage*.

Pada tahap terakhir atau disebut pasca-produksi memiliki tiga langkah utama, yaitu *editing offline*, *editing online*, dan *mixing*. Dalam hal ini juga terdapat dua macam teknik editing, yaitu editing dengan teknik analog atau linier dan editing dengan teknik *digital* atau non linier dengan komputer.

SurabayaSK8

SurabayaSK8 adalah komunitas *skateboard* yang berdiri tahun 1998 di kota Surabaya, tepatnya di jalan nginden kota, gang 2 no 27. Nama SurabayaSk8 karena berasal dari kota Surabaya dan SK8 adalah kependekan dari *skateboard*. Media komunikasi visual yang digunakan untuk meningkatkan eksistensi komunitas *Skateboard* khususnya SurabayaSK8 meliputi: video dokumenter, *website*, media jejaring sosial, logo, kartu ucapan, *newsletter*, dan *magazine*.



Video Dokumenter SurabayaSK8
Sumber: blog.surabayask8.com

METODE PERANCANGAN

Tabel Analisis TOWS Matrik

<p style="text-align: center;">Analisis TOWS Matrik</p>	<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sudah ada video dokumenter tentang <i>skateboard</i> namun pengambilan gambarnya asal-asalan. • Video dokumenter <i>skateboard</i> bisa untuk mengasah trik-trik permainan. • Bisa ditonton oleh semua orang • Teknik permainan, profil dan testimoni di implementasikan dalam video dokumenter olahraga ekstrim 	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masih terlihat kurang fokus, banyak <i>noise</i>, dan pengambilan gambar yang asal-asalan • Masa waktu pembuatan terlalu lama
<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat ditayangkan di media yang paling besar yaitu media televisi • <i>Cost</i> tiap iklan masuk jika telah ditayangkan dalam media televisi 	<ul style="list-style-type: none"> • Video yang dirancang agar menarik dengan memadukan trik, profil dan keseharian dari narasumber. • Video dokumenter yang menarik dan akan diadakan di media televisi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Membutuhkan tim agar pembuatan video dokumenter bisa cepat selesai
<p>Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayoritas orang tua menganggap <i>skateboard</i> adalah olahraga yang sangat tidak bermakna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai media lain untuk pembelajaran trik-trik <i>skateboard</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pesan moral pada cerita yang diangkat

Analisis 5w+1H

Perencanaan Video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* SurabayaSK8 supaya tepat mengenai target *audience* dan berhasil membuat mereka nyaman saat melihat video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* surabayaSK8 menggunakan analisis data 5W+1H. Dengan analisis 5W+1H (*what, where, when, why, who*, dan *how*), akan menjadi acuan dalam perencanaan video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* surabayaSK8 yang selalu mengacu pada target *audience* yang dituju.

1. **What (apa):** Apa saja media film dokumenter yang akan dirancang?

Pemilihan media yang tepat merupakan salah satu faktor kesuksesan apakah media yang dipilih tepat sasaran kepada target *audience* dan media yang dipilih adalah jenis media video dokumenter.

2. **Where (dimana):** Dimana akan ditempatkan media video dokumenter tersebut?

Hasil wawancara dari pihak *stakeholder* yaitu SBOTV dapat menayangkan film yang mengangkat tentang salah satu komunitas *skateboard* surabayaSK8. SBOTV mendukung jika ada video dokumenter yang membahas tentang komunitas-komunitas anak muda yang ada di surabaya, dikarenakan belum adanya komunitas *skateboard* yang pernah SBOTV liput.

3. **When (kapan):** Kapan media video dokumenter akan disiarkan?

Media yang dirancang harus memperhatikan kapan media tersebut akan dikeluarkan atau disebarluaskan kepada khalayak banyak Dalam hal ini waktu penyiaran media disesuaikan dengan program televisi yang ada pada SBOTV surabaya. Program acara *Night Trip* menjadi program acara untuk pemutaran video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* surabayask8. Pada pukul 22.00 setiap hari minggu.

4. **Why (kenapa):** Kenapa diperlukannya video dokumenter tersebut?

Agar *audience* tidak merasa jenuh saat melihat video dokumenter yang sering dibuat oleh komunitas surabayaSK8. *Audience* lebih tertarik melihat video-video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* lokal daripada video-video dari luar negeri.

5. **Who (siapa):** Siapa target *audience* yang akan dituju?

Tujuan pemilihan sasaran adalah untuk menentukan target *audience* yang menjadi prioritas. Jadi sasaran yang dituju adalah masyarakat luas dan difokuskan terhadap segmen remaja. Jadi sasaran yang dituju bukan semua masyarakat, melainkan difokuskan pada remaja. Khalayak sasaran merupakan sasaran dari tujuan perancangan media komunikasi visual yang ingin dicapai. Dalam melakukan strategi media, variable segmentasi pasar atau khalayak sasaran dapat dibedakan menjadi empat kelompok, antara lain:

a. Geografis

Segmentasi geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis berbeda, misalnya wilayah, negara, negara bagian, propinsi, kota, dan kepulauan (Suyanto, 2004:2). Berdasarkan geografis sasaran yang diinginkan adalah seluruh daerah kota Surabaya. Jadi jangkauan hanya terbatas pada wilayah kota Surabaya.

b. Demografis

Segmentasi demografis adalah pasar dikelompokkan berdasarkan variabel-variabel pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, usia ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pekerjaan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial (Rustan, 2004:3). Berdasarkan demografi

sasaran yang diinginkan adalah masyarakat umum, terutama remaja laki-laki yang menyukai tantangan dan memacu adrenalin mulai dari pendidikan SMA sampai dengan Universitas. usia 17 sampai dengan 23 tahun, bisa saja lebih luas tergantung dengan efektifitas media.

c. Psikografis

Segmentasi psikografis mengelompokkan pasar dalam variabel gaya hidup, nilai, dan kepribadian (Suyanto, 2004:4). Berdasarkan psikografis sasaran yang diinginkan adalah remaja yang menyukai olahraga dan menyukai hal yang penuh tantangan. Karena sesuai dengan target *audience*, biasanya remaja lebih aktif di luar rumah, seperti mempunyai komunitas-komunitas yang mereka gemari. Dibandingkan dengan orang tua yang sudah sibuk bekerja dan mengurus keluarga. Jadi segmen target *audience* jelas terfokuskan pada remaja, karena dipandang lebih menyukai video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard*.

d. Behaviouristis

Segmentasi behaviouristis membagi kelompok berdasarkan status pemakai, kejadian, tingkat penggunaan, status kesetiaan, tahap kesiapan pembeli, dan sikap (Suyanto, 2004:5). Behaviouristis disini diartikan kesukaan, dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat. Jadi dalam media ini diharapkan mempunyai suatu daya tarik pesan yang mampu mempengaruhi, mengajak, dan membujuk masyarakat ataupun dapat menginformasikan kepada masyarakat tentang pentingnya arti sebuah komunitas dalam kehidupan anak muda di kota besar seperti Surabaya.

6. How (bagaimana): Bagaimana merancang video dokumenter?

Suatu produksi melibatkan banyak peralatan, orang dan biaya besar, selain memerlukan suatu organisasi yang rapi juga perlu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Dalam buku "Teknik Produksi Program Televisi" disebutkan tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang lazim disebut *standart operation procedure* (SOP), yaitu Pra-Produksi, Produksi, Pasca-Produksi (Subroto, 2007:39).

Consumer Insight

Menurut Djito Kasilo (2008:23) *Consumer Insight* itu adalah pengaruh yang mengarahkan tingkah laku. Ada yang menyebut *forgotten truth*, atau *hidden truth*. Jadi, itu adalah sesuatu yang tak tampak, padahal ada dan sangat berpengaruh. Target *audience* dalam perancangan ini adalah remaja, terutama yang menyukai olahraga ekstrim *skateboard*. Banyaknya remaja yang terinspirasi dengan artis-artis *skateboarder* internasional. Target *audience* merasa bangga jika dapat menyesuaikan gaya hidupnya sesuai dengan artis-artis *skateboard* internasional, mulai dari keseharian sampai dengan cara berpakaian. Hal kecil ini dapat dilihat dari cara mereka menggunakan ikat pinggang dari tali sepatu dan topi yang sering mereka pakai setiap harinya. Membuktikan bahwa target *audience* terinspirasi dari video dokumenter artis-artis *skateboard* internasional. Cara saling menyapa dan bersalaman sesama *skateboarder* walaupun mereka belum saling kenal satu sama lain, menandakan bahwa dari *skateboard* mereka mengerti akan arti persahabatan.

Consumer Journey

Menurut Djito Kasilo dalam bukunya berjudul Komunikasi Cinta, *Consumer Journey* dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengetahui tentang target *audience* dengan menapaki detik demi detik kehidupannya. *Consumer insight* merupakan bekal untuk membuat strategi komunikasi jadi efektif, sedangkan *consumer journey* akan membuat strategi tersebut bisa disampaikan secara lebih efisien.

Target primer perancangan ini adalah remaja berusia 17-23 tahun, pelajar SMA dan mahasiswa dengan kegiatan di sekolah serta di kampus. Aktifitas kesehariannya. Salah satu target *audience* adalah Dimas mahasiswa dari universitas surabaya yang menggemari olahraga ekstrim *skateboard* sejak kelas 2 SMA dan gemar untuk melihat video dokumenter melalui *website youtube* dan *vimeo* untuk mengasah kemampuannya.

Point of Contact

Point of Contact (PoC) untuk menentukan kegiatan, waktu, tempat maupun suasana yang penuh dengan titik point, dalam menyapa/kencan (melakukan kontak) dengan target *audience*. Secara sistematis, *point of contact* terdapat dalam *consumer journey*, yang didapat dari mengamati jadwal kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh target *audience*. Melalui pengamatan yang jeli titik-titik point untuk melakukan kontak dengan target *audience*, yang bisa dijadikan pedoman dalam menentukan media

penyampaian pesan. Berangkat dari PoC inilah berbagai media yang sesuai dengan kehidupan target *audience* dapat diciptakan dan akan ditemukan berbagai media baru (*unconventional media*). Berdasarkan penggalan jadwal yang dilakukan target *audience* sebagai remaja, dapat ditemukan berbagai titik point yang sering bersinggungan dengan target *audience* yang dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan.

KONSEP DESAIN

Konsep adalah *abstrak* identitas mental yang universal yang menunjuk pada kategori atau kelas dari suatu identitas, kejadian atau hubungan. Konsep dasar perancangan merupakan suatu gagasan/pemikiran awal atau pedoman dalam pembuatan sebuah desain, sehingga dalam pembuatan video dokumenter mempunyai arah dan tujuan yang jelas dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Konsep diperlukan sebagai landasan untuk menciptakan desain media komunikasi *visual* yang baik yang dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

Keyword/what to say dalam perancangan acara film dokumenter *Ekstrim Skateboard SurabayaSK8* ini adalah **"Slide In Paradise"**. *"Slide"* merupakan kata dari bahasa Inggris yang artinya Meluncur. Sedangkan *"Paradise"* mempunyai arti Surga. Jadi, *"Slide In Paradise"* mempunyai arti meluncur di surga. Para Skateboarder sangat menikmati saat berseluncur menggunakan papan *skateboard*, saat melakukan trik-trik dan tidak mendarat dengan bagus para *skateboarder* akan tetap melakukannya sampai mereka dapat mendarat dengan sempurna. Seperti mempunyai rasa senang yang luar biasa saat mereka melakukan trik-trik dengan sempurna, bagaikan meluncur seperti di surga dengan rasa senang yang luar biasa.

Pendekatan Kreatif Cerita

Berdasarkan analisis *consumer insight* pendekatan kreatif cerita dapat dilakukan dengan apa yang target *audience* inginkan. Target *audience* lebih menyukai video dokumenter jika alur ceritanya tidak monoton yang hanya menampilkan trik-trik skateboard saja. Secara psikologis target *audience* adalah anak yang aktif, rasa ingin tahu yang tinggi terhadap segala sesuatu yang baru, selalu *up to date* dengan dunia *online* komunitas *skateboard*. Penggambaran suasana akan ditampilkan sesuai psikografis target *audience* tersebut, suasana yang ceria. Semua kesukaan atau *needs* dari target *audience* akan termuat dalam cerita. Target segmen lebih menyukai video dokumenter yang membahas tentang keseharian *skateboarder* disertai dengan trik-trik *skateboard*.

Sinopsis

Perancangan Video dokumenter olahraga esktrim *skateboard* SurabayaSk8 bukanlah video *skateboard* yang penuh aksi dan juga bukan video dokumenter yang membosankan dan penuh dramatisasi. Video dokumenter olahraga esktrim *skateboard* SurabayaSk8 bercerita tentang kehidupan tiga *skateboarder* surabaya untuk berjuang maju demi apa yang mereka yakini. Mereka berbagi suka, duka dan tawa di video dokumenter olahraga esktrim *skateboard* Surabayask8.

Sequence

Perancangan video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* surabayask8 mempunyai beberapa *sequence* dengan adegan atau kejadian yang berbeda-beda dalam setiap cerita. Adegan atau kejadian tersebut meliputi tempat kejadian dan *setting* cerita.

- Sequence 1 : Menceritakan tentang profil dari Indra.
- Sequence 2 : Orang terdekat dari Indra akan menceritakan tentang siapa Indra dan sedekat apa mereka dengan Indra bagi hidupnya.
- Sequence 3 : Memperlihatkan keahlian Indra dalam bermain *skateboard* diikuti dengan testimoni dari Indra.
- Sequence 4 : Memperlihatkan video tentang artis *skateboard* yang menjadi motivasi bagi Indra.
- Sequence 5 : Menceritakan tentang profil dari Ainul.
- Sequence 6 : Menceritakan tentang profil dari Aris.
- Sequence 7 : Memperlihatkan keahlian Ainul dalam bermain *skateboard* diikuti Dengan testimoni dari Ainul.
- Sequence 8 : Memperlihatkan video tentang artis *skateboard* yang menjadi motivasi bagi Ainul.
- Sequence 9 : Memperlihatkan keahlian Aris dalam bermain *skateboard* diikuti dengan testimoni dari Aris.
- Sequence 10 : Menceritakan arti sebuah persahabatan bagi Aris, Ainul dan Indra dalam komunitas surabayaSK8.

Grading

Grading yang digunakan untuk perancangan video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* surabayask8 adalah teknik *slow motion* saat melakukan trik *skateboard*. Bentuk film dokumenter potret atau biografi menjadi pacuan dari perancangan video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* surabayaSK8. Penggantian *tone* warna cerah agar tampak lebih menarik. Warna yang penuh semangat dalam *sequence* tertentu dapat membuat nyaman untuk dilihat. Penggabungan antara *backsound* musik dan *sound* saat pengambilan gambar menjadikan video terlihat lebih menarik.

Karakter

Para pemain yang terlibat dalam perancangan video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* terdiri dari tiga orang *Skateboarder* Surabaya sebagai berikut:

1. Aris

Aris adalah anak yang pintar dan bersahabat. Kota asalnya adalah dari balik papan. Aris menyukai *skateboard* sejak dia duduk di bangku SMU kelas 1. Sempat orang tua dan kakak-kakaknya melarang karena takut jika aris salah dalam pergaulan, namun Aris terus menentang karena dia memang suka bermain skate, apalagi di Balik Papan terdapat *SkatePark* berskala Internasional. Saat sudah lulus SMU, Aris memilih untuk kuliah di STIKOM Surabaya dan tetap bergabung dengan anak-anak *skate* di Surabaya. Keluarga terus melarangnya namun Aris menunjukkan bahwa bermain *skateboard* tidak akan merusak hidup dan masa depannya. Aris membuktikan dengan IP 3,1 yang didapatnya. Semenjak itulah keluarga Aris sudah tidak lagi melarang untuk bermain *skateboard*. Waktu liburannya selalu dihabiskan untuk bermain *skate* dan mengikuti kompetisi-kompetisi *skateboard* baik didalam kota maupun di luar kota. Tidak bosan dia harus merogoh kocek untuk membeli sepatu sebulan sekali dan membeli papan *skate* tiga bulan sekali. Koleksi-koleksi video dokumenter *skateboard* baik dalam negeri maupun luar negeri pun dia punya. Jika waktu senggang biasanya aris membuat film dokumenter juga untuk di *share* ke teman-teman komunitas *skateboard* Surabayask8.

2. Indra

Indra adalah teman satu team Aris. Di asli orang Surabaya. Indra sedikit berbeda dengan Aris, dia orangnya sedikit pemalu, bersababat, dan asyik diajak ngobrol. Indra suka bermain *skateboard* saat dia duduk di bangku SMU. Hari-hari kosong pun selalu digunakan untuk bermain *skateboard*, berkumpul dengan anak-anak *skateboard*, membuat video *skate* bersama teman-teman, hingga selalu mengikuti kompetisi *skateboard* baik didalam kota maupun diluar kota. Indra pernah meraih kejuaraan *skateboard*, trik-trik yang dipertunjukan selalu susah ditiru. Baginya *skate* adalah hobi dan hidupnya.

3. Ainul

Ainul adalah anak asli Surabaya. Sama seperti aris dan kumon, dimana ada waktu berkumpul bersama dengan anak-anak *skateboard* lainnya, ainul juga menunjukan keahlian bermain *skateboard*. Ainul selalu mengikuti perlombaan baik di dalam kota maupun luarkota, namun belum beruntung untuk membawa hadiah yang telah disiapkan oleh panitia.

Konsep Audio

Musik latar yang digunakan dalam perancangan video dokumenter olahraga ekstrim *skateboard* ini terdapat musik *bergenre* pop, rock, *dubstep*, dan gabungan dari musik tradisional-modern.

KESIMPULAN

Kita sebagai generasi muda seharusnya memiliki semangat dan jiwa disiplin untuk berolah raga, tidak hanya hidup dengan gaya dan hura-hura. Jiwa semangat dan disiplin pemain *skateboard* ini seharusnya bisa menjadi contoh untuk para remaja saat ini. Supaya para remaja Surabaya pada saat ini adalah generasi yang memiliki jiwa semangat dan bergaya hidup sehat serta berprestasi terhadap bakat dan kemampuan yang dimilikinya.

Skateboard sendiri adalah seni olahraga jalanan yang ditengarai merupakan jiwa kebebasan anak muda. Setelah film dokumenter *Slide In Paradise* diproduksi diharapkan bisa membuka mata para remaja Surabaya akan pentingnya hidup sehat dan memberikan informasi mengenai olahraga *skateboard* itu sendiri.

KEPUSTAKAAN

- Ayawaila, Gerzon, R.. 2008. *Dokumenter (Dari Ide Sampai Produksi)*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Film dan Televisi-Institut Kesenian Jakarta.
- Hayward, Susan. 1996. *Cinema Studies: The key Concepts*.
- Kasilo, Djito. 2008. *Komunikasi Cinta: Menembus G-Spot Konsumen Indonesia*. Jakarta. PT. Gramedia
- Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____ 2010. *Font & Tipografi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Subroto, Darwanto Sastro. 1992. *Teknik Produksi Program TV (Televisi Sebagai Media Pendidikan)*. Yogyakarta: Multi Media Training Center.
- Suyanto. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tomaric, Jason J.. 2008. *Published By Elsevier*. All Rights Reserved
- Waluya, Bagja. 2007. *Sosiologi (Menyelami Fenomena Sosial Di Masyarakat)*. Bandung: PT. Setia Purna Inves.

Webtografi

blog.surabayask8.com

BIODATA PENULIS

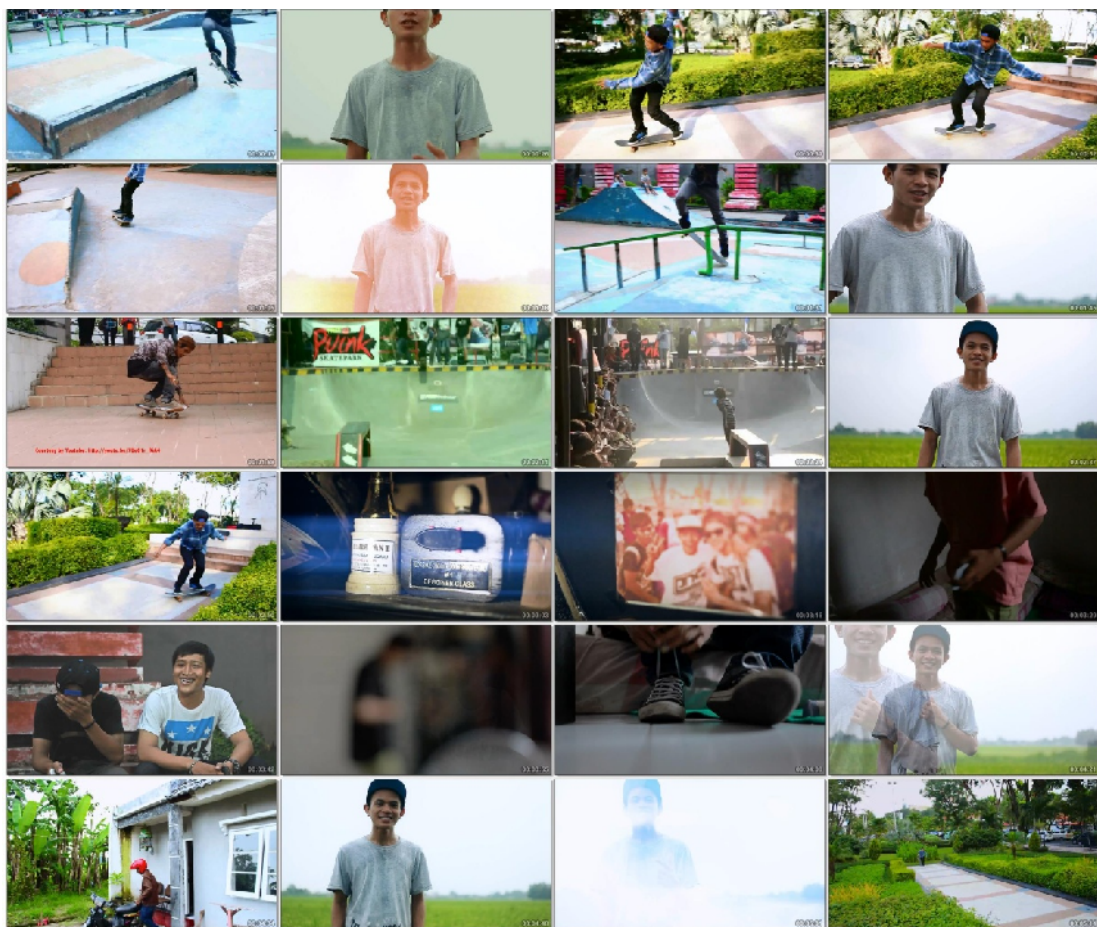
Iwan Sandy, ST lahir di kota Surabaya pada tanggal 2 April 1989. Menyelesaikan studi S1 jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur tahun 2013.

Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn lahir di kota Sidoarjo pada tanggal 6 Nopember 1985. Menyelesaikan studi S1 jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar tahun 2007, S2 Pengkajian Seni/Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta tahun 2012. Pengalaman kerja sebagai desainer grafis PT. Babel Resonance Sinergi Potensi tahun 2006, Guru Seni Budaya di SMK Negeri 2 Buduran dan SMK YPM 1 Taman tahun 2007, Dosen LB-DKV di Universitas Kristen Petra Surabaya tahun 2012. Pada saat ini bekerja sebagai Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur sejak tahun 2011.

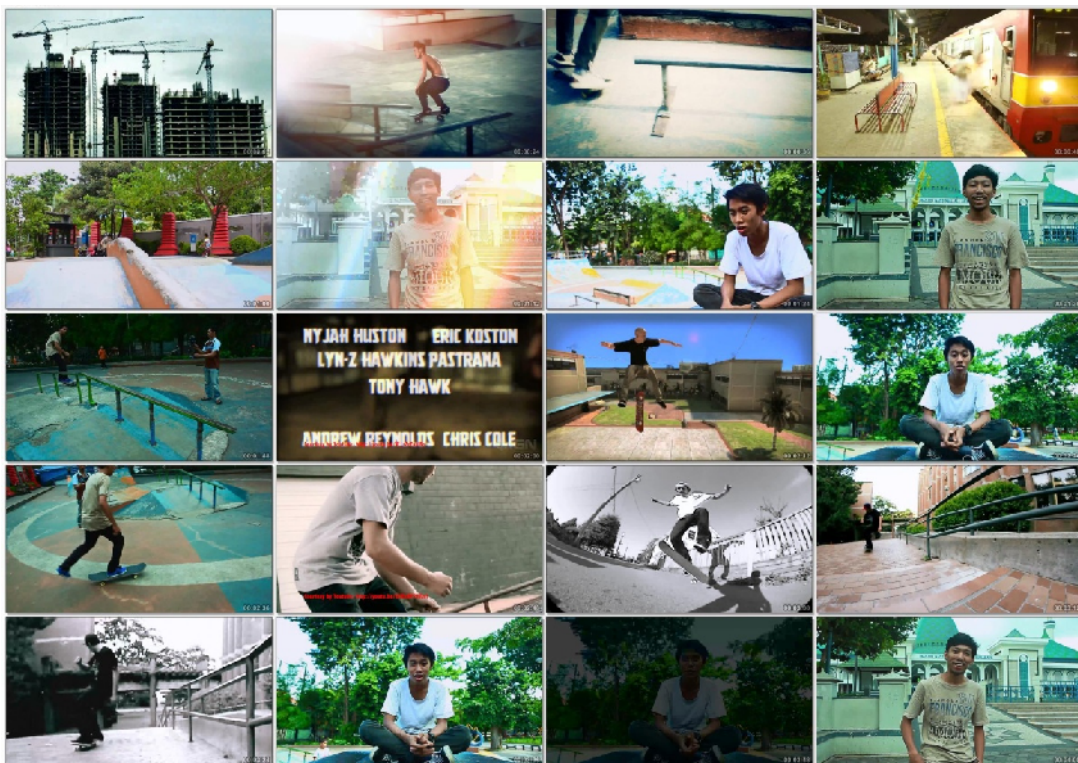
LAMPIRAN



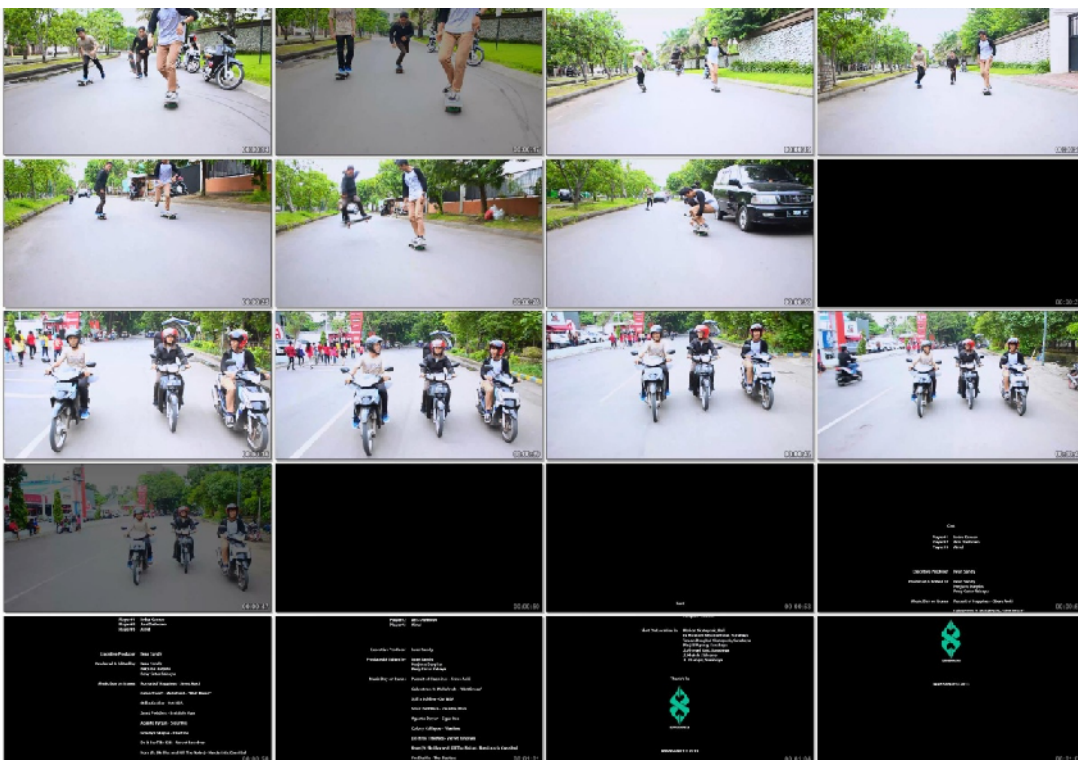
Gb.1. Thumbnails Intro Video Dokumenter “Slide In Paradise”



Gb.2. Thumbnails video “Slide In Paradise” bagian awal



Gb.3. Thumbnails video "Slide In Paradise" bagian kedua



Gb.4. Thumbnails video "Slide In Paradise" bagian ketiga

